

УДК

ББК

## **ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ИГРОВОГО МЕТОДА ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ПЕРСОНАЖА**

**Данильчик И.С.**

*Магистр*

*Уральский федеральный университет*

*г. Екатеринбург, Россия*

[11irina05@mail.ru](mailto:11irina05@mail.ru)

## **THE EXPERIENCE OF THE APPLICATION OF THE GAME METHOD AT DESIGNING CHARACTERS**

**Danilchik I**

*master*

*Ural Federal University*

*Yekaterinburg, Russia*

[11irina05@mail.ru](mailto:11irina05@mail.ru)

### **Аннотация**

В данной статье рассматриваем опыт применения игрового метода при проектировании персонажа для массовых открытых онлайн курсов (МООК) в сфере бухгалтерских услуг. Проектирование персонажа необходимо в курсе для привлечения внимания аудитории и обеспечение визуальной коммуникативной функции. Дизайнер применяет разные методы для проектирования персонажей, игровой метод – один из них. Метод позволяет дизайнеру обозначить ключевые точки восприятия персонажа бухгалтерами во время игры с аудиторией и разрешить трудности в ходе проектирования.

### **Annotation**

In this article we consider the experience of using the game method in designing a character for mass open online courses (MOOK) in the field of accounting services. Designing a character is necessary in the course to attract the attention of the audience and provide a visual communicative function. The designer uses different methods for designing characters, the game method is one

of them. The method allows the designer to identify the key points of perception of the character by the accountants during the game with the audience and to solve the difficulties during the design.

**Ключевые слова:** дизайн, графический дизайн, игровой метод, персонаж, проектирование персонажа.

**Keywords:** design, graphic design, game method, character, character designing.

Любой, особенно начинающий, дизайнер как человек творческий сталкивается с проблемой творческого ступора. Данная трудность может возникнуть как от недостатка креативных идей, так и от их переизбытка, связанного с достаточно широкой темой проектирования. Автор предлагает использовать игровой метод для разрешения трудностей, с которыми сталкивается дизайнер в ходе проектирования. С игры постепенно снимается «клеймо» пустяка, забавы, развлечения, игра становится серьезным инструментом профессиональной деятельности. Игра способствует обмену социально-культурным опытом между участниками, раскрывает личностные качества человека и способствует развитию навыков взаимодействия в коллективе и закреплению или изучению социальной этики. Игра - это форма социального творчества, стимулирующая креативность, активность и ответственность личности. У разных людей разные особенности восприятия и обработки информации, игра позволяет задействовать все органы чувств, что способствует полноценному усвоению материала. Поэтому сейчас игра активно применяется в педагогической деятельности для развития творческих способностей у детей. Ницше приравнивал импровизирующего художника к богу, который, « играя, построил себе однажды утром жилище». Знаменитый польский логик, представитель львовско-варшавской школы Т. Котарбинский размышлял об «Игре в реальности» существования триады: «вещь-свойства-отношения» и показал, как реальность вскрывает суть игры. «Игра обучает, развивает, воспитывает, социализирует. Игра помогает раскрытию творческого потенциала ребенка, поэтому она стала

неотъемлемой частью воспитания и обучения учащихся всех возрастов» [2]. Все больше набирает обороты использование деловых игр среди студентов. Однако игра как метод дизайн-проектирования встречается достаточно редко. В. Н. Бурков и Д. А. Новиков определяли игровое проектирование как ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств ресурсов и специфической организацией [1]. На основе работы нидерландского философа Йохана Хейзинги «Человек играющий», вышедшей в 1938 году, автор выделяет следующие функции игры необходимые для проектирования:

- коммуникативная – объединение коллектива, установление эмоционального контакта;
- релаксационная – создание благоприятной, ненапряженной атмосферы;
- социализирующая – включение личности в группу с общими целями и интересами;
- обучающая – закрепление знаний и навыков, нахождение нестандартных путей решения проблемы;
- компенсаторная – позволяет участнику восполнить нереализованные возможности в творческой, интеллектуальной или профессиональной деятельности; направить разрушительную для личности и социума энергию в нужное русло; отдохнуть от хаоса окружающего мира;
- гедонистическая – доставление человеку бескорыстной радости и наслаждении прекрасным. Немецкий философ Фридрих Шиллер в «Письмах об эстетическом воспитании человека» пишет о том, что идеал красоты можно найти в игре, где соревнуются в силе, остроте ума и прочих талантах;
- развития воображения, фантазии. Поэтому для корректного понимания метода игрового проектирования и для определения его сильных сторон найти точки соприкосновения игры и проекта, представленные в таблице.

Точки соприкосновения	Игра	Проект
Целеполагание	Выигрыш	Готовый конкурентоспособный продукт
Принцип системности	Целое, складывающиеся из взаимосвязанных частей. Нарушение или удаление одного элемента системы, ведет к ее разрушению.	
Ограниченность во времени	Возможность корректировать временной диапазон	Четкие рамки времени, зависящие от заказчика
Стадийность	1. знакомство с правилами 2. Процесс игры 3. Завершение игры, получение результатов 4. Анализ результатов Поиск методов решения	1. Получение технического задания (ТЗ) 2. Поиск методов решения 3. Разработка проекта 4. Завершение проекта 5. Анализ результатов
Оценка ситуации и поиск решения	В процессе игры	Перед началом проектирования
Ограничения	Правила	ТЗ

Из таблицы можно сделать вывод о том, что с помощью игрового проектирования нельзя получить готовый продукт. Однако игровой метод проектирования позволяет рационально сочетать как теоретические знания, так и их практическое применение, что позволяет генерировать большое количество идей и делать их корректную выборку для дальнейшего их

усовершенствования. Преимущества игрового метода проектирования заключается в следующем:

- может включать в себя совокупность других методов и подходов, такие как: системный подход, сценарный подход, метод аналогов, метод ассоциаций и многое другое;

- позволяет участникам полностью раскрыться. Игровой метод проектирования моделирует реальную систему разработки проекта, но включая послабления характерные для игры. Это позволяет участникам не бояться совершать ошибок, с последующим их анализом, и принимать активное участие в процессе;

- учит работать в команде, осознание не только личной, но и коллективной ответственности. Развивается навык делового общения, навык само презентации, участник получает возможность проявить свои лидерские качества;

- стимулирует игроков к новым идеям и решениям за счет принципа оппозиционности. Основная цель игры – выигрыш. Так же и в игровом проектирование – желание показать себя с лучшей стороны, умение проявить свои профессиональные качества;

- сжатые рамки времени и нестандартность ситуации ориентирует игроков на освоение новых методик проектирования;

- помогают развить критическое мышление и развивают умение отстаивать личную точку зрения. На важном этапе анализа результатов игры участникам необходимо не только доказать целесообразность и эффективность своих идей, но и корректно оценить плюсы и минусы проекта соперников. Необходимо разобрать ошибки, допущенные во время игры и найти способы их устранения;

- ключевое преимущество для дизайнеров заключается в том, что во время игры задействуется логическое + образное; рациональное + эмоциональное;

-конструктивное + интуитивное. Использование обоих полушарий мозга характерная особенность профессиональной деятельности дизайнеров.

Практикующий дизайнер Дж. Шелл отмечает в проектировании что, для достижения эмоциональной связи между пользователем и его персонажем, на самых ранних этапах разработки игрового процесса следует тщательно продумывать способы обеспечения этой устойчивой эмоциональной привязанности игрока к определенным персонажам [4].

*Дизайн персонажа в МООК как инструмент визуальной коммуникации.*  
В настоящее время выпускается огромное количество МООК, но не каждый может «удержать» внимание потребителя особенно в сфере бухгалтерских услуг. Ведь информация в данных курсах переполнена когнитивным восприятием информации. Для стремления захватить внимание как можно большей части целевой аудитории необходимо, чтобы рекламный продукт был качественным, запоминающимся и убедительным. В этом может помочь нахождение баланса когнитивного и эмоционального в самом продукте МООК.

Эмоциональность в курсе добавит персонаж, который позволит достичь эффективности воздействия на потребителя. Визуально мы воспринимаем быстрее картинку, чем текст. Визуальный ряд понятен любой социальной группе. Создание качественного персонажа, наделенного необходимым набором характеристик, востребовано и актуально в наше время для усвоения информации. Разработка персонажа – это работа дизайнера.

Персонаж – это образ чаще всего вымышленный и одушевленный, посредник ассоциативных связей между потребителем и производителем.

Одежда, являясь сильным невербальным сигналом, вызывает интерес специалистов в области межличностной коммуникации и имиджа., но одежда помогает повлиять на ряд причин:

Во-первых, она передает информацию, которую трудно выразить вербально.

Во-вторых, одежда является тонким индикатором, позволяющим судить о внутреннем мире персонажа, его состоянии и переживаниях, то есть является коммуникативным знаком и усиливает впечатление.

В-третьих, одежда персонажа имеет значение образа, обобщающего и «разгружающего» сознание. Как заметила Ю.А. Андреева: «То, что можно было бы объяснить на словах, и в довольно длинном сообщении, передается молниеносно. ...Символический язык рекламы делает ее доступной и, безусловно, оказывается успешным в информационно перегруженном обществе» [1, 235].

*Практическое выполнение, с помощью применения игрового метода дизайнерами для проектирования персонажа в рамках курса повышения квалификации бухгалтеров.*

Цель игры была - разработать персонаж для МООК по повышению квалификации бухгалтеров, с помощью игрового метода.

Задачи:

- Определиться с персонажем в поиске игры, собрать его по частям (от частного к общему, либо от общего к частному)
- Выявить цветовые предпочтения потребителя в ситуациях (положительного и отрицательного результата работы)
- Зафиксировать эмоциональную реакцию на прохождение игры (на сколько метод эффективен в работе проектирования)

Условия игры:

Предложена ролевая игра, где каждый дизайнер смог стать бухгалтером. Придаем этому человеку-бухгалтеру характер, определяем его свойства, манеры, во что он одет, что любит и ненавидит. Далее приступали к поиску визуального решения, которые бы описывало наш объект.

1 Применение актерского мастерства, каждый выходит и показывает, как он считает, какие эмоции за день во время работы испытывает бухгалтер.

Определили эмоции 5-6, которые испытывает бухгалтер в течение дня на работе, и изобразили графическими приемами.

2 Изобразили графическим способом потребности бухгалтера по следующим характеристикам к персонажу (клаузура, формат А3, графические материалы).

- ✓ Образ
- ✓ Одежда
- ✓ Цвет
- ✓ Форма
- ✓ Стиль
- ✓ Характер
- ✓ Статус

3 Обсудили с группой получившиеся рисунки

4 Определили самые наилучшие.

В ходе игры были выявлены ключевые моменты, необходимые для характеристики нашего персонажа, по образу, характеру, стилю. Персонаж для МООК по повышению квалификации бухгалтера приобрел свое лицо, тип, стиль. Дизайнер смог подобрать подходящий графический прием исполнения персонажа, определиться с цветом и формой. Многие персонажи требовали доработки профессиональной графики и поиска нужных пропорций для достижения лучшего эффекта. Метод помог достичь хороших результатов в сжатые сроки и вывел процесс проектирования на высокий уровень проработки.

Игровое проектирование в процессе профессионального обучения позволяет повысить профессиональное мастерство дизайнеров, задействовать теоретические знания на практике, стимулирует их творчество, готовит к работе в коллективе, развивает конкурентные качества, что способствует эффективному достижению поставленных целей. Также метод помогает дизайнеру раскрыть свой потенциал и в сжатые сроки достичь необходимых целей в проектировании персонажа. Персонаж - новая область для коммуникации с потребителем, и требует детального изучения - это поможет спрогнозировать отрицательные и положительные эмоции потребителя.



### Список литературы

1. Андреева Ю.В. Психология имиджа и рекламы: концепции, технологии, стратегии эффективности / Ю.В. Андреева. – Казань: Центр инновационный технологий, 2006. – 356 с.
2. Крюкова Е. А. Введение в социально-педагогическое проектирование: Учеб. пособие к спецкурсу. М.: 2002. – 207с.
3. Сокольникова Н. М. Методика преподавания изобразительного искусства: учебник. М.: Издательский центр «Академия», 2012 – 256с.
4. Хёйзинга Й.; Статьи по истории культуры. М.: Прогресс — Традиция, 1997. – 416 с.
5. Schell J. The art of game design. A book of lenses. Morgan Kaufmann Publishers, 2008. P. 143–147.